

## 銀行カードローンのフォローアップ調査結果について

### 1. 背景

貸金業法改正による規制の強化等により、2006年以降、貸金業者による消費者向け貸付残高は大幅に減少した。一方、銀行カードローンについては、ここ数年の間に見られた融資残高の増加から、過剰な貸付けが行われているのではないか、多重債務問題の再燃につながるのではないかといった批判・指摘等がなされてきた。

全国銀行協会では2017年3月に「銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ」(以下、「申し合わせ」という。)を行い、各行は、申し合わせを踏まえた業務運営の見直しを検討・実施してきている。

金融庁では、融資審査の厳格化を徹底し、業務運営の適正化をスピード感を持って推進するため、2017年以降、銀行カードローン残高の多い先を中心とする12行に対する立入検査の実施(2018年1月26日に「銀行カードローン検査 中間とりまとめ」として公表。以下「中間とりまとめ」という。)や、検査実施先以外の銀行における申し合わせ以降の取組みに係る実態把握及び検査実施先の銀行における業務運営の見直しの状況の確認(2018年8月22日に「銀行カードローンの実態調査結果について」として公表。以下「前回調査」という。)といった取組みを進めてきた。

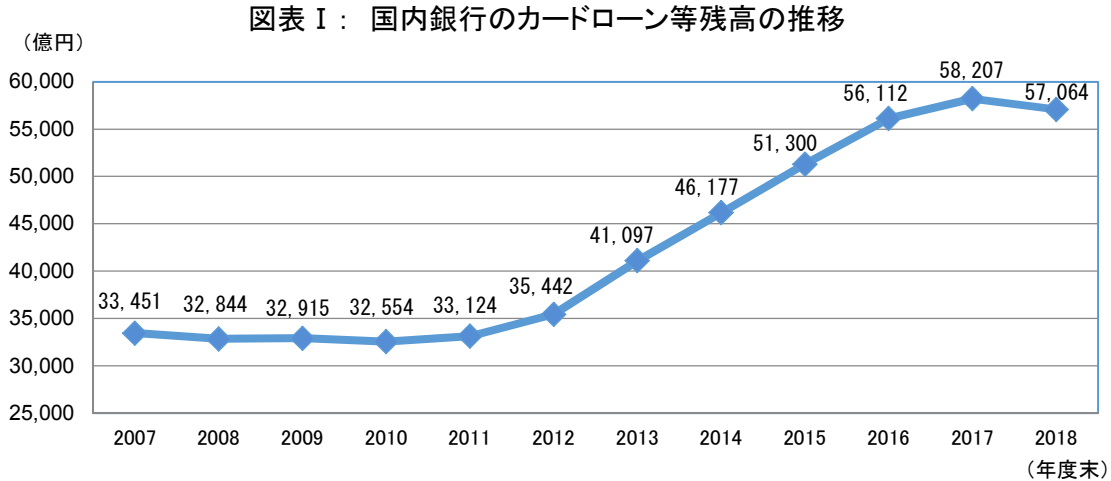
以上のような取組みを通じて、銀行カードローンの業務運営については、全体として、申し合わせや中間とりまとめを踏まえた融資審査態勢の見直しや広告宣伝の見直し等、業務運営の改善に向けた取組みが進んでいることが確認された。

他方、融資実行後の途上管理については、取組みの進んでいない銀行の多い状況が確認されたほか、個々の銀行ごとに取組みが不十分と認められた点もあることから、各行の業務運営やその見直しが適切に行われているか、引き続きモニタリングしていくとともに、ベストプラクティスの収集・共有や対話等を通じて具体的な改善を促し、業界全体の業務運営水準の引上げに向けて取り組んできている。

こうしたことから、本年(2019年)3月、カードローンの取扱いのある全銀行に対して調査票を発出し、前回調査以降の各行における取組みについて、フォローアップ調査を行った。

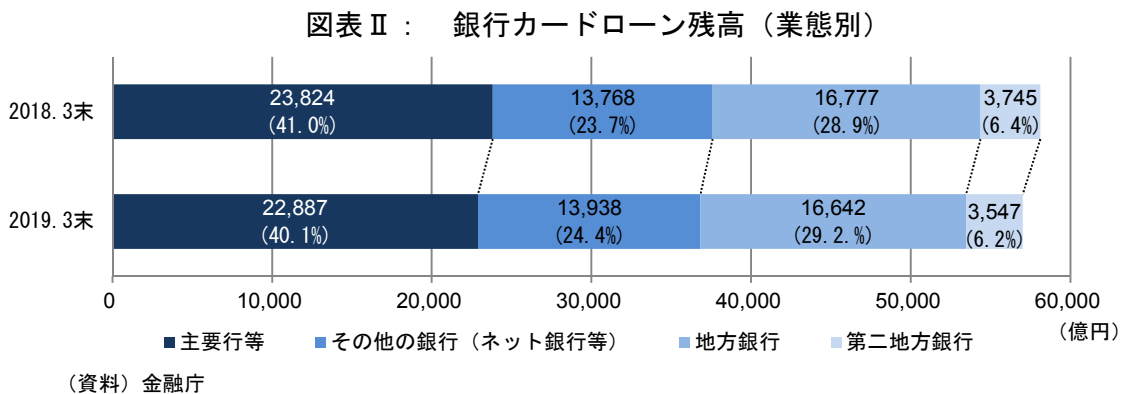
(参考) 足元の銀行カードローンの残高推移について

申し合わせ以降の銀行業界におけるカードローン残高を見ると、足元では残高は横這いに転じている。要因は区々であると思われるが、申し合わせ等を踏まえた各行における業務運営の見直しに伴う面もあるものと考えられる。



## 2. 実態調査の方法

(1) 対象行：銀行カードローンを取り扱っている全 120 銀行（新規の取扱いを停止している銀行を除く）



(2) 基準日等：2019年3月末時点の状況について、調査票形式で実施。

(3) 着眼点

- ① 過剰な貸付けを防止するための融資審査態勢（年収証明書の取得、融資上限枠の設定など）が構築されているか
- ② 保証会社の審査に過度に依存していないか
- ③ 融資実行後も、定期的に顧客の状況変化を把握しているか

- ④ 配慮に欠けた広告宣伝を行っていないか
- ⑤ 支店や行員に対する業績評価体系
- ⑥ 若年層顧客への対応

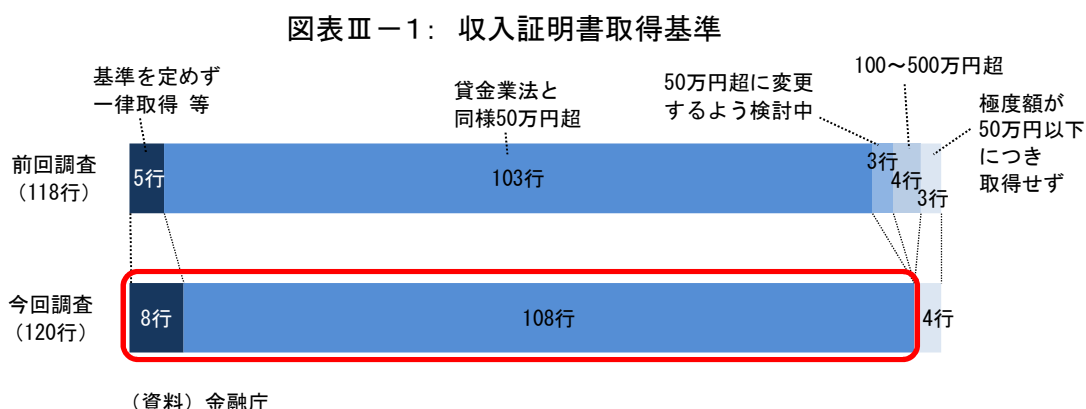
(注) 前回調査の対象銀行数は、基本的には118行(調査票に基づく実態把握先のうち前回調査基準時点において新規融資を停止していた先を除く106行+検査実施先12行)であるが、一部項目については106行(上記106行のみ)。

### 3. 実態調査の結果

#### (1) 過剰な貸付けを防止するための融資審査態勢

##### ① 年収証明書の取得基準

年収証明書の取得基準について、貸金業法上の取得基準(新規融資実行の融資極度額50万円超)と同水準もしくはより厳格な基準を設定している銀行の割合は、前回調査時の91%(108/118行)から96%(116/120行)に増加している。



#### 《今後の課題》

年収証明書の取得基準については、ほぼ全ての銀行において、貸金業法上の取得基準と同水準もしくはより厳格な基準を設定しており、銀行業界における標準的な管理態勢として定着していると言える。

顧客にとって過剰な借入とならないよう、年収証明書の取得を通じて、顧客の収入状況や返済能力のより正確な把握に努めていくことが期待される。

##### ② 融資上限枠の設定

###### a) 融資上限枠の設定状況

融資上限枠を設定している銀行の割合は、前回調査時の88%(105/118行)から95%(114/120行)に増加しており、残る6行も、今後設定を予定又は検討中としている。

図表Ⅲ－２： 融資上限枠の設定の有無



(資料)金融庁

b) 融資上限枠の適切性

申し合わせを踏まえて、自行カードローン、他行カードローン及び貸金業者貸付を勘案して融資上限枠（年収債務比率）を設定している銀行の割合は85%（102/120行）となっており、前回調査時の69%（82/118行）から増加している。

これら102行のうち、年収の2分の1を上限に設定している銀行が81%（83/102行）と最も多く、年収の3分の1を上限としている銀行も13%（14/102行）ある。これらの中には、顧客の返済能力をより適切に把握する観点から、自行・他行のフリーローン等の無担保貸付残高も含めて勘案している銀行も見られる。また、年収と同額を上限とする銀行が4%（5/102行）あるが、うち4行は年収の2分の1又は3分の1を上限とするよう見直す予定としている。

一方、融資上限枠を設定していても、申し合わせに則した形で借入額を勘案していない銀行も、全体の7%（9/120行）存在している。これら9行のうち3行は、2019年4月以降において、申し合わせに則した形で借入額を勘案した融資上限枠に見直し済となっているほか、残る6行も、申し合わせに則した形で借入額を勘案した融資上限枠への見直しを予定していると回答している。

図表Ⅲ－３： 融資上限枠の設定において勘案する借入種別の内訳



(注) このほか、返済比率（年間返済額/年収）等により、融資上限を設定している銀行が3行あり。  
(資料) 金融庁

図表Ⅲ－4： 融資上限枠の設定状況

		勘案する主な債務の種類				融資 上限枠なし
		自・他行CL +貸金	自行CL+貸金	自・他行CL	自行CL	
計		102行	1行	4行	4行	6行
融資 上 限	年収1/3	14行	1行	2行	2行	
	年収1/2	83行	-	2行	1行	
	年収同額	5行	-	-	1行	

(注) フリーローン等を勘案している銀行を含む  
(資料) 金融庁

### 《今後の課題》

9割超（114／120行）の銀行が、何らかの融資上限枠を設定しており、さらに、このうち8割強（97／114行）の銀行が、自行・他行カードローン及び貸金業者貸付を勘案して年収の2分の1又は3分の1を上限とする等、融資審査態勢の改善に向けた動きが進んでいる。

他方、依然として、融資上限枠を設定していない銀行が認められるほか、融資上限枠を設定していても、他行カードローンや貸金業者貸付を勘案していないといった、勘案する債務の範囲が十分でない銀行も認められるが、これらの銀行においても、融資上限枠の設定や基準の見直しに向けた動きが見られる。

多重債務の発生抑制の観点からは、融資審査において、顧客の収入状況のみならず、自行以外での借入を含め、顧客の借入状況を適切に勘案する必要がある。融資上限枠を設定していない銀行はもとより、融資上限枠を設定していても、顧客の借入状況の把握が不十分な銀行については、現在見直しに向けて進められている各行の取組みを注視していく。また、既に融資上限枠を設定している銀行においても、今後の代弁率の推移等を勘案しつつ、自行の基準の設定が十分なものとなっているか、検証していく必要がある。

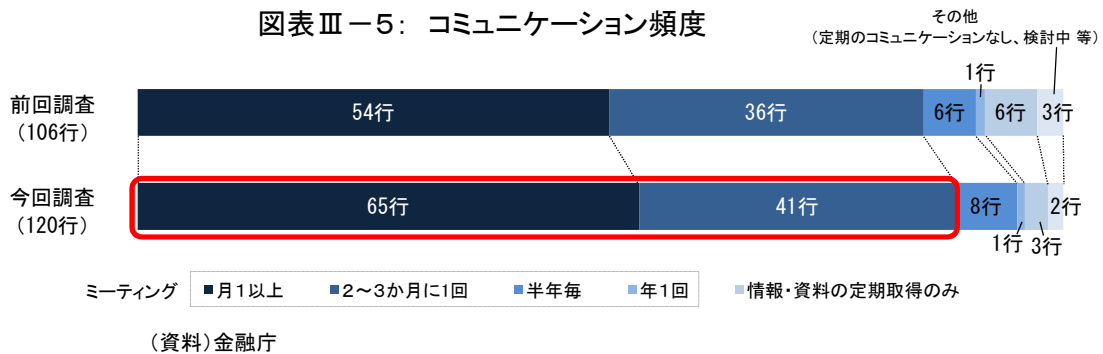
また、自行以外での借入状況の把握については、信用情報機関に対する信用情報の照会が有用な手段となると考えられる。この点に関して、当庁に設置した「信用情報のあり方PT」では、各信用情報機関や業界団体に対して、登録信用情報の精緻化に向けた基本的な方向性を示し、これら関係機関において、詳細な検討が進められている。具体的には、銀行カードローン情報の日次での登録や、信用情報機関間での情報交流を通じて、融資審査の精度向上を後押しするものである。各行においては、こうした基盤が整備されることも前提にしながら、態勢の見直しを進めていく必要がある。

## (2) 保証会社の審査への過度な依存

### ① 保証会社とのコミュニケーションの頻度

保証会社との間で定期的なコミュニケーションを実施している銀行の割合は、月1回以上の頻度で実施している銀行については、前回調査時の50%（54／106行）から54%（65／120行）に、最低2～3か月に1回の頻度で実施している銀行については、

前回調査時の84% (90/106行) から88% (106/120行) に、それぞれ微増となっている。なお、その他(2行)は、いずれも保証会社を利用していない銀行である。

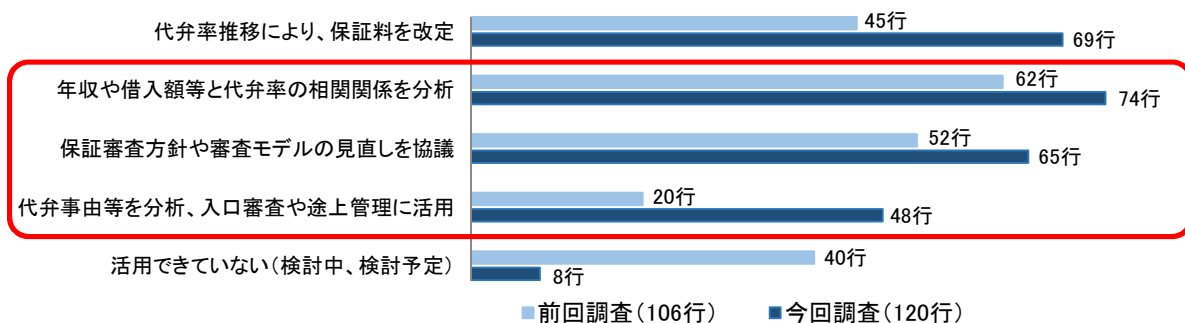


### ② 代弁率の推移等の情報の活用

保証会社から入手した代弁率等の情報の活用については、前回調査以降、①年収や借入額との相関関係を分析する銀行の割合が58% (62/106行) から61% (74/120行) に、②保証審査方針や審査モデルの見直しを協議する銀行の割合が49% (52/106行) から54% (65/120行) に、③代弁事由等を分析して入口審査・途上管理に活用する銀行の割合が18% (20/106行) から40% (48/120行) になっており、こうした情報を有効に活用して、与信管理の高度化を図る動きの進んでいることが窺われる。

他方、保証会社から入手した代弁率の推移等の情報について「活用できていない」銀行や「検討中、検討予定」の銀行の割合は37% (40/106行) から6% (8/120行) に大幅に減少している。

図表Ⅲ-6: 保証会社からの入手情報の活用状況



(注) 複数回答可  
(資料) 金融庁

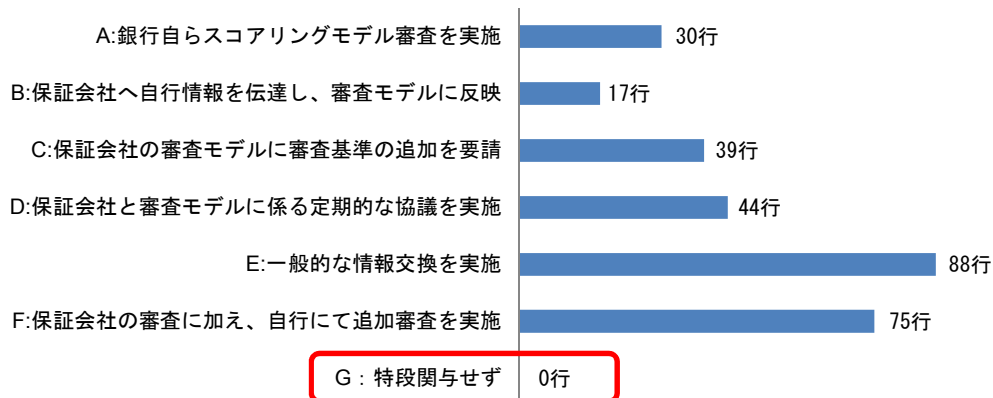
### ③ 保証会社の審査への関与

銀行自ら審査モデル(スコアリングモデル)を構築して与信審査を行っている銀行の割合は、前回調査時の18% (22/118行) から25% (30/120行) になっており、

保証会社の審査に依拠するばかりでなく、自らも審査体制を構築することで審査を厳格化しようとする動きが見られる。

また、保証会社のスコアリング審査を利用する場合にも、自行で得られた情報を保証会社に伝達して審査モデルに反映させたり、保証会社の審査モデルに係る協議等を通じて審査基準の追加を求めたりするなど、全ての銀行において、何らかの形で保証会社審査への関与を強める動きが見られる。

図表Ⅲ－７： 保証会社の審査への関与の状況



(注) 複数回答可  
(資料) 金融庁

#### 《今後の課題》

多くの銀行が保証会社とのコミュニケーションを増やし、保証会社から入手した代弁率の推移等の情報を分析するなどし、更にはそこから得られる結果を踏まえて保証会社の審査基準の追加等を行うほか、自らも審査モデルを整備するなど、融資審査において銀行としての主体性を高めようとする動きが進んでいる。

銀行においては、より主体的な融資審査を実行する観点から、保証会社との定期的なコミュニケーションを通じて、保証会社から得られる代弁率の推移や代弁事由等の情報を精緻に分析するとともに、自行の保有する顧客情報・口座情報も活用しながら、審査基準や審査モデルについて見直しやチューニングを継続していくことが重要である。

保証会社からの入手情報の活用が十分でない銀行等に対しては、モニタリングを通じて、引き続き必要な改善を促していく。

### (3) 融資実行後の定期的な顧客の状況変化の把握 (途上管理)

#### ① 年収証明書の再取得の状況

融資実行後に、顧客の返済能力の変化を把握するために、年収証明書を定期的に取り得ている銀行は、前回調査時同様に見られないが、不定期に取得すると回答した銀行の割合は、前回調査時の3% (4/106行) から63% (76/120行) に大きく増加

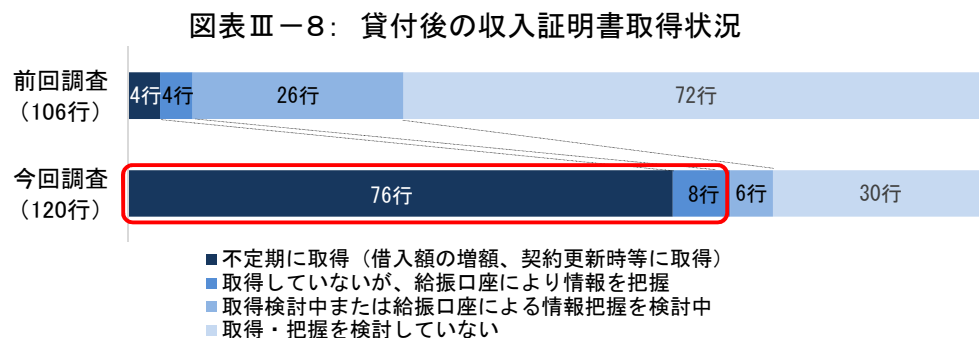


している。また、預金口座の給与振込状況の把握等により年収額の推計等を行うと回答した銀行の割合は、前回調査時の3%（4/106行）から6%（8/120行）に微増となっている。

年収証明書を取得することとなる事由としては、「極度額の増額申込み時」（73行）や「契約の更新時」（6行）、「顧客から属性変更（勤務先、年収額等）の申出があった場合」（12行）といった、顧客からの申出内容等に応じて取得するとするものが多く見られる。

また、「返済状況の悪化を把握した場合」（6行）や「年齢等の顧客属性に鑑み、収入が変動した可能性が高いと判断した場合」（5行）、「貸付残高が多い顧客である場合」（3行）、「銀行取引の状況から必要と判断した場合」（2行）、「一定期間未接触の顧客である場合」（2行）といった、銀行による能動的な行動によるものも見られる。

他方、年収証明書の再取得や口座状況の把握及びそれらの検討を行っていないと回答した銀行の割合は、前回調査時の67%（72/106行）から減少しているとは言え、25%（30/120行）となっており、依然存在している。



## ② 信用情報機関への照会

融資実行後において、銀行又は保証会社のいずれからも信用情報機関に対して顧客の信用情報を照会していない銀行の割合は、前回調査時の18%（20/106行）から2%（3/120行）に減少している。

なお、現状で信用情報機関への信用情報の照会を行っている銀行を含め、今後信用情報機関における登録信用情報の精緻化が行われた場合にどのような対応をとる考えかとの設問に対しては、例えば、信用情報機関への信用情報の照会を定期的実施するなど、更なる対応の追加・変更を検討したいとする銀行が全体の55%（66/120行）存在している。

## ③ 相談体制の整備等

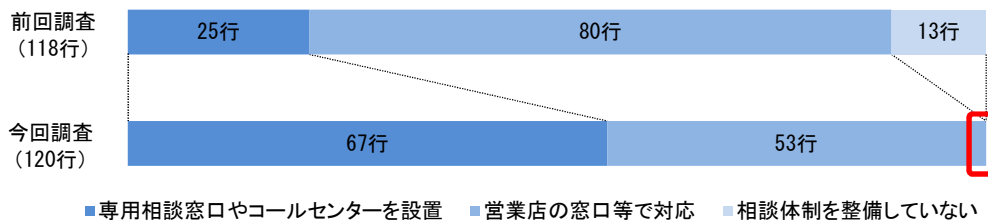
カードローン返済に関する顧客からの相談体制については、全ての銀行（120行）において整備済みとなっている（前回調査時は88%（105/118行））。

また、顧客の状況に応じた救済措置については、長期の証書貸付への切替え等の融



資条件の運用の見直し（63行）や、代位弁済の柔軟な運用等（13行）、生活支援のためのコンサルティングの実施（28行）を行っているとする銀行が見られる。

図表Ⅲ－9：カードローン返済に関する相談体制の整備



(資料) 金融庁

### 《今後の課題》

多重債務の発生抑制の観点からは、融資実行時のみならず、途上管理において、顧客の返済能力、すなわち返済原資たる顧客の収入状況を把握することが重要である。年収証明書の再取得や口座状況の把握は、そのための有用な手段の一つであると考えられるが、例えば、今回調査で回答が多かった、顧客からの極度額の増額申込時に年収証明書を取得するとの対応は、申込み時点の直近の年収債務比率を算定した上で改めて増額の可否に係る審査を行うということに他ならない。

カードローンの貸し手に求められるのは、顧客の返済能力の変化やその予兆を察知し、返済困難や多重債務に陥るリスクの高い顧客に対して、能動的に対応していくことであると考えられる。この点に関して、今回の調査やこれまでのモニタリングの中で確認された具体的な取組みとして、例えば、以下のようなものが有効ではないかと考えられる。

- 高リスク先（年齢等の属性に鑑み、収入が変動した可能性が高いと判断した顧客）から年収証明書を再取得する。
- 退職年齢到達時に、ダイレクトメールで収入証明書の再提出を求めて再審査を実施する。証明書の返送のない先や再審査での否決先は、次回更新時に利用停止とする。
- 新規登録後未接触の先、利用再開先、低年収先等、属性の確認を要する顧客を抽出し、年収証明書の再提出を求める。
- 取引口座残高からカードローン極度額等を除いた「余裕額」や、口座の入出金額、口座振替の未決済額等の基準に基づいて要把握先を抽出し、収入証明書の再提出を求める。
- SMSやWEBサービスを用いて契約者と定期的にコンタクトを取り、勤務状況や年収等の属性変化を把握する。

また、将来的な実施が検討されている取組みとして、以下のような回答も見られる。

- 顧客の延滞・代弁の予兆を把握するための途上与信管理のスコアリングモデルを開発し、リスクに応じたカウンセリング等を実施する。

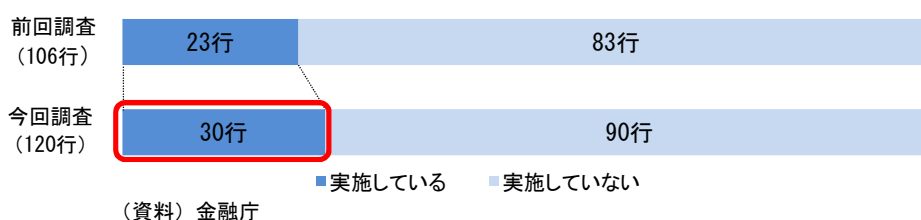
各行においては、上記のような好事例を参考としつつ、途上管理態勢の構築を速やかに進める必要がある。

#### (4) 広告・宣伝の見直し

##### ① テレビCMの実施状況

テレビCMを実施している銀行の割合は、前回調査時の21%（23／106行）から、25%（30／120行）に微増している。また、現在テレビCMを実施している全ての銀行（30行）が、貸金業の自主規制ガイドライン上の本数（月間100本以内等）や放送自粛時間帯（午前7時～午前9時、午後5時～午後10時）と同水準又はより厳格な基準で運用している。

図表Ⅲ－10： テレビCMの実施状況



##### ② インターネット広告等の実施状況

全体の67%（81／120行）にあたる銀行が、インターネット等を用いた広告を実施しており、その形態も、リスティング広告<sup>1</sup>（72行）、バナー広告<sup>2</sup>（63行）、リターゲティング広告<sup>3</sup>（62行）など、多岐にわたっている。

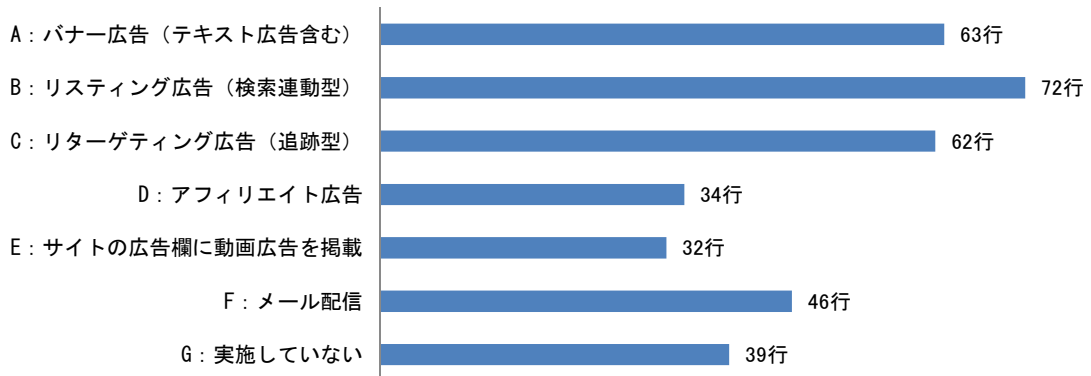
また、こうした広告を実施する銀行の96%（78／81行）において、広告代理店への発注時における掲載禁止文言の設定や広告対象除外者の設定、広告掲載内容の定期的なモニタリングや監視といったかたちで、広告の適切性を確認・確保するための取組みが行われている。

<sup>1</sup> 検索エンジンで、一般ユーザーが検索したキーワード（検索語句）に関連した情報を検索結果画面に表示する形態の広告。

<sup>2</sup> ウェブページ上に、他のウェブページの紹介や他のウェブページへのハイパーリンクを付した画像を表示する形態の広告。

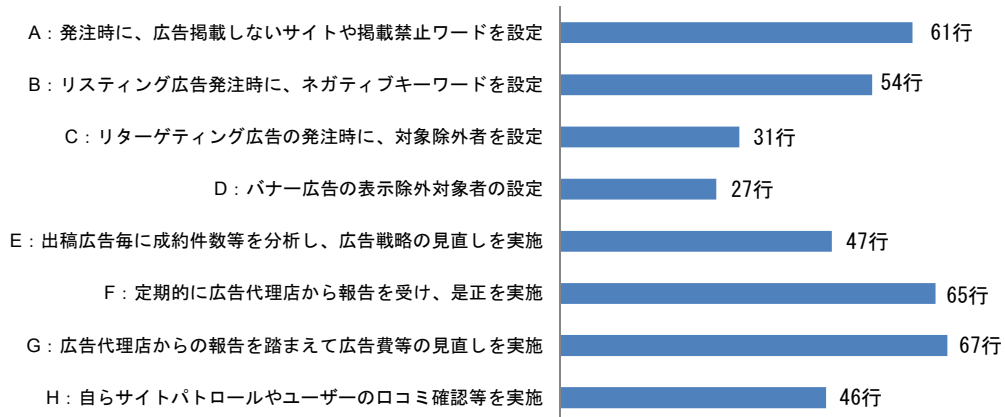
<sup>3</sup> ウェブページの閲覧履歴や検索履歴といった、顧客の行動履歴をもとにその顧客の興味関心を推測し、対象顧客を絞ってインターネット上で配信する形態の広告。

図表Ⅲ－11： インターネット広告の実施状況



(注) 複数回答可  
(資料) 金融庁

図表Ⅲ－12： インターネット広告に対するモニタリングの状況



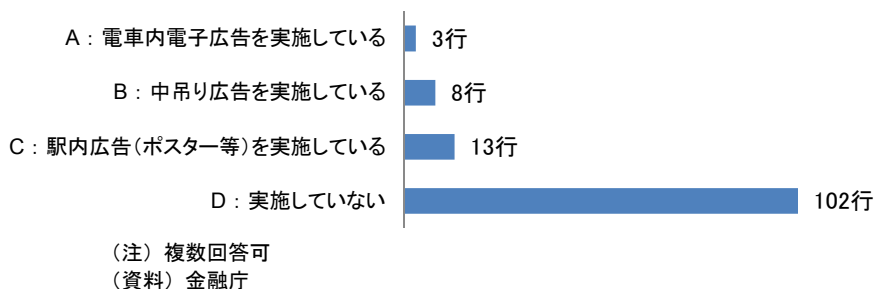
(注) 複数回答可  
(資料) 金融庁

### ③ 電車内広告等の実施状況

車内電子広告（3行）、車内の中吊り広告（8行）、駅構内でのポスター等（13行）といった、電車内広告等を実施している銀行が全体の15%（18/120行）存在する。

こうした広告を実施する銀行の94%（17/18行）が、広告の掲載等に関する自主的なルールを設けて実施しているが、いずれも広告の表示内容（不適切文言の禁止等）に係るものであり、車内電子広告の放映時間帯等に係る基準を設けているとの回答は見られない。

図表Ⅲ－13： 電車内広告等の実施状況



《今後の課題》

広告・宣伝については、全ての銀行でテレビCMの運用が厳格に管理されていることが確認された。

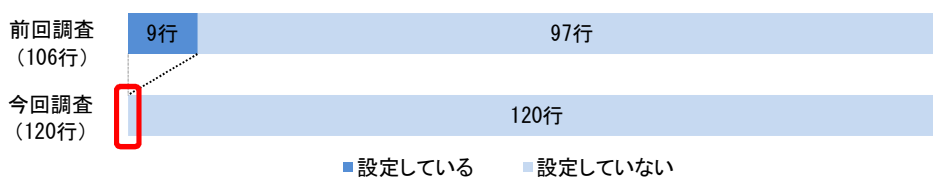
他方で、情報通信技術の発展に伴い、インターネット等を通じた様々な広告・宣伝が一般的となっており、銀行カードローンの広告・宣伝が顧客の目に触れる機会は以前より格段に増している。こうした広告・宣伝の内容や対象先について、広告の発注時から掲載後に至るまで、広告主として責任をもって確認・把握することが必要であり、広告内容・本数・放映時間帯等の管理を通じて、過剰な表現・過度な露出とならないよう適切に運用していくことが重要である。

また、車内電子広告については、学生や若年層が接する機会が多く、テレビCM広告において放送時間帯や本数に自主規制が課せられていることとも考え併せれば、車内電子広告の適切な運用に向けた対応の検討が望まれる。

(5) 業績評価体系

営業店担当者に対して、数値目標等を設定している銀行の割合は、前回調査時には8% (9/106行)であったが、今回調査では、こうした銀行は見られない。

図表Ⅲ－14： 営業店担当者への数値目標設定の有無



《今後の課題》

営業店担当者に銀行カードローン契約の数値目標を課すことは、ノルマ達成に向けて顧客のニーズに合致しない過度な営業推進に繋がる可能性が高いことから、引き続き注視していく。

## (6) フリーローン、おまとめローン

カードローン以外の「フリーローン」等の商品名で提供されている消費者向け無担保融資の取扱いのある銀行の割合は、91% (110/120 行) となっているが、このうち、カードローンと同様の融資審査態勢を構築している銀行の割合は、前回調査時の 53% (55/103 行) から 69% (76/110 行) に増加しており、残りの銀行についても、55% (19/34 行) が、カードローンと同様の融資審査態勢の構築を検討中としている。

また、「おまとめローン」等の商品名で提供されている他の貸金業者や他行カードローンの一括借換え融資を取り扱っている銀行の割合は、前回調査時の 52% (56/106 行) から 65% (78/120 行) に増加しており、このうち、融資実行の際に他社・他行への返済状況の確認等を実施している銀行や、確実な返済のために自行から直接借入先に返済金を振り込んでいる銀行の割合は 74% (58/78 行) となっている。

### 《今後の課題》

フリーローンをはじめとする銀行のその他の消費者向け無担保貸付についても、カードローンと同様の融資審査態勢を構築する動きが進んでいる。

また、おまとめローンについては、借入者の返済負担軽減に向けた商品の普及が進んでいるということが出来る一方で、既往借入の確実な返済を確保する仕組みの導入は十分でなく、引き続き、必要な改善を促していく。

## 4. 若年層顧客への対応

民法の成年年齢を現在の 20 歳から 18 歳に引き下げることを内容とする民法の一部を改正する法律が 2018 年 6 月に成立し、2022 年 4 月から施行されることとなっている。

こうした状況を見据え、今回のフォローアップ調査では、今後新たに成年となる者を含む若年層に対して、過剰な貸付を抑止する観点から、銀行カードローンの業務運営において各行がどのような取組みを行っているか、実態把握を行った。

### (1) 若年層向けのカードローン商品

若年層向けのカードローン商品の取扱いのある銀行は、全体の 31% (38/120 行) 存在するが、「未成年者に提供できる商品がある」銀行は全体の 2% (3/120 行)、「20~22 歳の学生に提供できる商品がある」銀行は 29% (35/120 行)、「23 歳以上の学生に提供できる商品がある」銀行は 30% (37/120 行) となっている。なお、未成年者に提供できる商品がある 3 行のうち、2019 年 3 月末時点で未成年者向けカードローン残高のある銀行は 1 行のみ (6 件 4 百万円) である。

今回調査において、成年年齢引下げ後に、商品を提供することのできる年齢層の拡

大を予定していると回答した銀行はない。

## (2) 若年層に対する融資審査態勢

上記の若年層向けのカードローン商品の取扱いのある銀行のうち 52% (20/38 行) の銀行では、若年層に対する融資審査について、若年層以外の顧客層とは異なった基準で実施しているとしており、具体的には、利用限度額を低く設定する (13 行)、年収債務比率を厳格に設定する (4 行)、保護者の同意取得を必須とする (2 行) といった基準を設けている銀行のほか、若年層という属性要素によってスコアリングの判定において抑制的に審査されるとする銀行 (2 行) もある。

上記以外の若年層向けのカードローン商品の取扱いのある銀行 (18/38 行) では、若年層とそれ以外の顧客層を同様の基準に基づきつつ、アルバイト等の収入額に応じた審査を行う、保護者等の保証を得る、といった対応がとられている。

### 《今後の課題》

現在の未成年者に対するカードローンの取扱いは極めて僅少であり、また、成年年齢引下げ後において、未成年者や学生といった若年層顧客への商品提供の拡大を予定している銀行はない。若年層顧客は、一般的に、収入はもとより金融知識や社会経験等の面で劣るものと考えられることから、引き続き、慎重な対応が求められる。

若年層顧客に対しては、収入の有無等を適確に把握することや、利用限度額等の厳格化を図ること等により、これらの者が過大な債務を負うことのないよう、適切な審査を行う必要がある。

## 5. 今後の対応

銀行カードローンの業務運営については、前回調査以降も、全体として、融資審査態勢の見直し等の業務運営の改善に向けた取組みが進んでおり、業界としての業務運営水準の高まっている状況が認められる。

但し、融資上限枠の設定については、現在見直しに向けて進められている一部の銀行の取組みを注視していく。

また、融資実行後の途上管理については、年収証明書の再取得等に向けた積極的な取組みを行う銀行が増えてきてはいるものの、能動的に顧客の変化やその予兆を把握しようとする動きが鈍く、取組みが未だ不十分であることから、好事例の共有や対話等を通じて具体的な改善を促すなど、個別に早急な対応を促していく。

〔以上〕